

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
MEDIA PROMOSI EVENT NDARJO WIKEN PROJEK
DI KABUPATEN SIDOARJO**

TUGAS AKHIR
KARYA DESAIN



Disusun oleh :
Angga Fitriwinas Putra
NIM. 0911854024

**PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2016**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
MEDIA PROMOSI EVENT NDARJO WIKEN PROJEK
DI KABUPATEN SIDOARJO**

TUGAS AKHIR
KARYA DESAIN



Disusun oleh :
Angga Fitriwinas Putra
NIM. 0911854024

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir Karya Desain berjudul :

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL MEDIA PROMOSI EVENT
NDARJO WIKEN PROJEK DI KABUPATEN SIDOARJO**

Diajukan oleh Angga Fitriwinas Putra, NIM. 091 1854 024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui oleh Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal Januari 2016 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I / Anggota

Drs. H. M. Umar Hadi, MS.
NIP. 195808241985031001

Pembimbing II / Anggota

Endro Tri Susanto, S.Sn, M.Sn.
NIP. 19640921 199403 1 001

Cognate / Anggota

Arief Agung S., M.Sn.
NIP. 19671116 199303 1 001

Kaprodi DKV / Anggota

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.
NIP. 19650209 199512 1 001

Ketua Jurusan / Ketua

Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn.
NIP. 19650522 199203 1 003

Mengetahui
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Suastiwi T., M.Des
NIP. 19590802 198803 2 002

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Angga Fitriwinas Putra

NIM : 0911854024

Fakultas : Seni Rupa

Jurusan : Desain

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Judul : **Perancangan Komunikasi Visual Media Promosi Event**

nDarjo Wiken Projek di Kabupaten Sidoarjo

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh perancangan desain yang ada dalam laporan tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan oleh pihak lain di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh pertanggungjawaban dan kesadaran tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, Januari 2016

Angga Fitriwinas Putra

NIM. 0911854024

*KUPERSEMBAHKAN TUGAS AKHIR INI
UNTUK ORANG TUA KU*

*Yang tanpa kenal lelah selalu mengirim doa-doa mulia
kepada Allah swt.*

*“The greatest pleasure in life
is doing what people say
you can not do.”
- Walter Bagehot -*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah *Subhanallahu Wa Ta'ala*, Tuhan semesta alam, yang senantiasa mendengar doa, memberikan jalan yang terang, memberikan peringatan, dan memberi kekuatan dimana hal tersebut mampu membuat penulis menjadi pribadi yang lebih baik dari sebelumnya. Nabi besar Muhammad *Shallallahu'alaihi wa Sallam* atas ajaran mulianya yang menjadikan penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Desain ini dengan baik.

Tugas Akhir ini merupakan tugas karya penciptaan yang harus diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) di Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Karya yang dihasilkan berjudul “*Perancangan Komunikasi Visual Media Promosi Event nDarjo Wiken Proyek Di Kabupaten Sidoarjo*”.

Kabupaten Sidoarjo merupakan sebuah Kabupaten dengan pemusatan kota yang cukup kecil. Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu kabupaten pendukung Kotamadya Surabaya. Bersama dengan Kabupaten Gresik, Kabupaten Sidoarjo merupakan kabupaten yang mendukung Kotamadya Surabaya dari segi industri baik industri besar ataupun kecil.

Kaum muda Sidoarjo bisa dibilang sebagai kaum muda yang masih Surabaya-sentris. Segala sesuatu yang berhubungan dengan kreativitas dan modernitas masih berkiblat ke Surabaya. Salah satu upaya untuk menciptakan pergerakan anak muda Sidoarjo agar mau dan mampu berperan untuk kemajuan Sidoarjo adalah dengan mengadakan *event* nDarjo Wiken Proyek. nDarjo Wiken Proyek memiliki potensi untuk membangun kaum muda Sidoarjo untuk berperan langsung dalam pembangunan ekonomi sosial kabupaten Sidoarjo.

Agar tujuan acara ini dapat tercapa dan terlaksana dengan baik, peran Desain Komunikasi Visual sangat diperlukan dalam mempromosikan acara ini kepada khalayak luas. Semoga dengan adanya perancangan ini dapat membangun kepedulian masyarakat khususnya kaum muda Sidoarjo untuk membangun Kabupaten Sidoarjo.

Yogyakarta, Januari 2016

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Tugas akhir perancangan ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta
2. Ibu Dr. Suastiwi T., M.Des selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
3. Bapak Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn selaku Ketua Jurusan Desain FSR ISI Yogyakarta
4. Bapak Drs. Hartono Karnadi, M.Sn selaku Ketua Program Studi DKV FSR ISI Yogyakarta
5. Bapak Drs. H. Umar Hadi, M.Sn selaku Dosen Wali dan Dosen Pembimbing I yang menjadi pencerah dalam proses perjalanan studi penulis
6. Bapak Endro Tri Susanto, S.Sn, M.Sn selaku dosen pembimbing II yang memberikan ide-ide dalam perancangan tugas akhir ini
7. Bapak Arief Agung S., M.Sn selaku *Cognate* yang telah memberi banyak masukan
8. Dosen-dosen DKV yang baik hati dan tidak sombong
9. Orang tua tercinta, sebagai penyemangat dan alasan penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih Papa Mochamad Nasir Koveik beserta istrinya, Yuanitha Christin dan juga Mama Dewi Elok Gamaria beserta suaminya, Rachmad Soedjoso, yang setia mendukung penulis dan menggempur kerajaan Tuhan dengan doa-doa mulia
10. Adit Winasputra selaku adik tercinta yang banyak berpengaruh dan membantu proses perancangan ini. Dan juga sudah mau menemani penulis mengisi kesehariannya selama tinggal dan menyelesaikan studi di Yogyakarta
11. Teman-teman Butiran Debu *Street Team*. Theo Fabri Oka Aditya, ShitaFalah Aqyara Soebroto, dan Michael YoedhaDwi Pradana, yang sudah menyelamatkan penulis dari titik terendah dalam kehidupan penulis

12. Teman-teman Jawa Timur. Rizky Akbar, Abi Rezandy, Dien Rizky, Subkhan Yusri, Robby Ratio, Zainal Arifin, Bima Yusa Bara dan Donny Utman yang senantiasa memberi inspirasi dalam berseni
13. Dita Ayu Firlyani sebagai sang terkasih dan tercinta yang senantiasa memberi semangat dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
14. Pasutri Rony Setiyawan dan Anisa Meilasyari yang sudah memberikan semangat, inspirasi, tempat, dan waktu mereka demi kelancaran studi penulis
15. Teman-teman kampus seperjuangan DKV ISI Yogyakarta yang tidak bisa disebutkan satu persatu namanya, *I LOVE YOU ALL*
16. Sefrizal Haridianzyah a.k.a Icunk yang menjadi salah satu pionir *local youth movement* di Sidoarjo, salah satu otak dari *event* nDarjo Wiken Projek ini, dan salah satu sahabat baik penulis
17. Nadia Mirakusuma beserta keluarga, yang me-*refresh* semangat penulis untuk kembali fokus pada tujuan hidup penulis
18. Pasangan Dick Arya Tresnanda dan Galuh Ajeng Sinto Kirono Ratri yang tidak henti-hentinya memberi semangat dan mengingatkan penulis untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini
19. Febi Ayu Mayangsari yang sudah mau menjadi tempat berkeluh kesah dan merupakan sahabat baik penulis selama kurang lebih 20 tahun lamanya.
20. Teman-teman sepermainan di Yogyakarta yang sudah mewarnai kehidupan penulis selama menyelesaikan studi di Yogyakarta
21. Teman-teman sepermainan di Surabaya dan Sidoarjo yang senantiasa dan tidak lelah memberi *support* dari jarak 300 Km lebih jauhnya
22. Bayu Putu Surono yang sudah menjadi penasihat hidup dalam berkarir, berseni, bercinta, dan berteman
23. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah berjasa dalam pembuatan tugas akhir ini.

ABSTRAK

Angga Fitriwinas Putra

Perancangan Komunikasi Visual Media Promosi Event nDarjo Wiken Projek di Kabupaten Sidoarjo

Kabupaten Sidoarjo merupakan sebuah kabupaten yang memiliki perkembangan industri yang cukup baik. Dengan wilayah yang bersebelahan dengan Kota Surabaya, Kabupaten Sidoarjo memposisikan dirinya sebagai kabupaten pendukung Kota Surabaya bersama dengan Kabupaten Gresik. Hal ini membuat mayoritas kaum muda di Sidoarjo masih bersifat Surabaya-sentris. Mulai dari gaya hidup sehari-hari hingga ketertarikan akan sesuatu hal masih sering berklibat pada Surabaya. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi dalam upaya menumbuhkan rasa percaya diri kaum muda di Sidoarjo, salah satunya dengan mengoptimalkan *local youth movement* yang ada di Sidoarjo yang akan terkemas dalam satu *event* yang bernama **nDarjo Wiken Projek**.

Tujuan perancangan *event* ini adalah untuk menciptakan sebuah desain komunikasi visual *event* nDarjo Wiken Projek, sehingga *event* ini memiliki identitas yang asli dan *authentic* di mata masyarakat Sidoarjo sendiri. Hal tersebut diharapkan mampu meningkatkan ketertarikan masyarakat Sidoarjo untuk ikut berpartisipasi mendukung *event* ini demi kemajuan Sidoarjo di bidang kreatif.

Metode perancangan yang dilakukan adalah dengan mengumpulkan data-data mengenai Sidoarjo dan masyarakatnya. Proses pengumpulan data juga menggunakan metode observasi lapangan, wawancara, dan studi literatur mengenai segala sesuatu hal yang mengenai *event* ini.

Hal yang dapat diharapkan dari perancangan ini adalah kontinuitas yang akan terjadi pada *event* ini untuk memberi ruang kepada kaum muda kreatif di Sidoarjo. *Event* kreatif pertama dan terbesar di Sidoarjo ini diharapkan mampu memperbesar pergerakan dari *local youth movement* di Sidoarjo dan menumbuhkan rasa percaya diri kepada kaum kreatif di Sidoarjo.

Kata kunci : Kabupaten Sidoarjo, *Event*, nDarjo Wiken Projek, *local youth movement*.

ABSTRACT

Angga Fitriwinas Putra

Visual Communication Design of Promotion Media for the nDarjo Wiken Projek Event in Sidoarjo District

*Sidoarjo district is a district who has a good industrial developement. With the area adjacent to Surabaya City, Sidoarjo positioned itself as the Surabaya's supporter district along side with Gresik District. This thing has made the Sidoarjo's youth thinks too Surabayaism. From the lifestyle to the interest of particular things, Sidoarjo's youth still highly influenced by the Surabaya's youth. Therefore, it's need a strategy to grow the confidence of the Sidoarjo's youth, one of the most possible way is optimize the local youth movement in Sidoarjo which will packed as one event named **nDarjo Wiken Projek**.*

The purpose of this event design is to create a visual communication design for nDarjo Wiken Projek, so this event will have an authentic identity in the society's sight. That's expected to be able to increase society's insterest to join and support this event for the Sidoarjo's progress in a creative field.

The design method that has been done is by collecting all data that related to Sidoarjo and its people. The data collection process also uses field observation, interview, adn literature studies about all of the things that related to this event.

The result of this design is a continuity which will occur in this event to give the creative youth a space in Sidoarjo. As the first and the biggest creative event in Sidoarjo, nDarjo Wiken Projek expected to enlarge the local youth movement and grow the self-confidence to the creative youth in Sidoarjo.

Keywords : Sidoarjo District, Event, nDarjo Wiken Projek, local youth movement.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Batasan Masalah.	3
D. Tujuan Perancangan.....	3
E. Manfaat Perancangan.....	3
F. Metode Perancangan.....	4
G. Skematika Perancangan.	7

BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

A. Identifikasi Data	10
1. nDarjo Wiken Proyek.....	10
2. Perbandingan <i>Event</i> nDarjo Wiken Proyek dengan <i>Event</i> Sejenis Lainnya	12
3. Kabupaten Sidoarjo	15
4. <i>Event</i>	19

5. Promosi.....	22
6. <i>Positioning</i>	25
7. Komunitas	28
8. Media	33
9. <i>Brand</i>	41
10. Identifikasi 5W+1H	43
B. Analisis Data.	45
1. Analisis SWOT	45
2. Kesimpulan Analisis Data	46
C. Target Audiens	47
1. Data Target Audiens	47
2. <i>Consumer Journey</i>	48

BAB III KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Acara	51
B. Strategi Pemasaran	53
C. Konsep Kreatif	54
1. Tujuan Kreatif.	54
2. Strategi Kreatif.	54
3. Program Kreatif	55
D. Konsep Media.	65
1. Tujuan Media	65
2. Strategi Media	65
3. Program Media.....	73

BAB IV VISUALISASI

A. <i>Layout</i> Komperhensif	81
1. <i>Layout</i> KomperhensifPoster	81
2. <i>Layout</i> KomperhensifMedia Iklan Cetak Lainnya.....	83
3. <i>Layout</i> Komperhensif Media Luar Ruang	84
4. <i>Layout</i> Komperhensif <i>Merchandise</i>	85

B. Poster dan Media Iklan Cetak	86
1. <i>Desain Poster</i>	86
2. <i>Desain Iklan Majalah</i>	88
3. <i>Desain Iklan Surat Kabar</i>	89
4. <i>Desain Direct Mail</i>	90
5. <i>Desain Flyer</i>	91
6. <i>Desain X-Banner</i>	92
C. Media Sosial (<i>Virtual Marketing</i>)	93
1. <i>Instagram</i>	93
2. <i>Facebook</i>	93
3. <i>Twitter</i>	94
4. <i>Path</i>	95
D. Media Luar Ruang.	96
1. <i>Billboard</i>	97
2. <i>Rontek</i>	98
3. <i>Transportation Ad</i>	99
4. <i>Photobooth</i>	100
E. Merchandise	101
1. <i>T-Shirt</i>	101
2. <i>Tote Bag</i>	102
3. <i>Pin dan Sticker</i>	103

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	104
B. Saran	105

DAFTAR PUSTAKA	107
----------------------	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Foto Dokumentasi Sunday Market Surabaya	13
Gambar 2 : Foto Dokumentasi <i>Event</i> KEUKEN Bandung	13
Gambar 3 : Foto Dokumentasi Jember Fashion Carnaval	14
Gambar 4 : Foto Kawasan Alun-alun Sidoarjo	15
Gambar 5 : Foto Masjid Agung Sidoarjo	16
Gambar 6 : Logo Kabupaten Sidoarjo	17
Gambar 7 : Peta Pembagian Wilayah Kecamatan di Kabupaten Sidoarjo	17
Gambar 8 : Foto Dokumentasi Skateboard Sidoarjo	30
Gambar 9 : Foto Dokumentasi Indorunner Sidoarjo	31
Gambar 10 : Foto Dokumentasi Kegiatan Arabian Records	32
Gambar 11 : Foto Dokumentasi Kegiatan Arabian Records bersama Band Relics	32
Gambar 12 : Desain Poster KEUKEN #2 2012	37
Gambar 13 : Desain Poster KEUKEN #3 2012	38
Gambar 14 : Desain Poster Pestapora Surabaya 2015	39
Gambar 15 : Desain Poster Food Kartel Surabaya 2015.....	40
Gambar 16 : Logo nDarjo Wiken Proyek	59
Gambar 17 : Studi Tipografi	60
Gambar 18 : Studi Warna.....	60
Gambar 19 : Desain Poster Festival Kesenian di Meksiko	62
Gambar 20 : Desain Poster Festival di Spanyol.....	63
Gambar 21 : <i>Layout</i> Komperhensif Poster dan <i>Billboard</i> Utama.....	81
Gambar 22 : <i>Layout</i> Komperhensif Poster Pendukung.....	82
Gambar 23 : <i>Layout</i> Komperhensif Media <i>X-Banner</i>	83
Gambar 24 : <i>Layout</i> Komperhensif Media <i>Flyer</i>	83
Gambar 25 : <i>Layout</i> Komperhensif <i>Billboard</i> Pendukung	84
Gambar 26 : <i>Layout</i> Komperhensif Rontek	84
Gambar 27 : <i>Layout</i> Komperhensif <i>Merchandise</i>	85
Gambar 28 : Desain Poster Utama	86
Gambar 29 : Desain Poster Pendukung.....	87

Gambar 30 : Desain Iklan Majalah dan Contoh Penerapannya	88
Gambar 31 : Desain Iklan Surat Kabar dan Contoh Penerapannya	89
Gambar 32 : Desain <i>Direct Mail</i>	90
Gambar 33 : Desain <i>Flyer</i>	91
Gambar 34 : Desain <i>X-Banner</i> dan Contoh Penerapannya.....	92
Gambar 35 : Desain Iklan di <i>Instagram</i>	93
Gambar 36 : Desain Iklan di <i>Facebook</i>	93
Gambar 37 : Desain Iklan di <i>Twitter</i>	94
Gambar 38 : Desain Iklan di <i>Path</i>	95
Gambar 39 : Desain <i>Billboard</i> Utama.....	96
Gambar 40 : Desain <i>Billboard</i> Pendukung	97
Gambar 41 : Desain Umbul-umbul dan Contoh Penerapannya	98
Gambar 42 : Desain <i>Transit Ad</i>	99
Gambar 43 : Desain <i>Photobooth</i>	100
Gambar 44 : Desain <i>T-Shirt</i>	101
Gambar 45 : Desain <i>Tote Bag</i>	102
Gambar 46 : Desain <i>Pin</i> dan <i>Sticker</i>	103

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peranan kaum muda dalam perkembangan dunia kreatif di Indonesia sangatlah besar. Dengan kemajuan teknologi dan pola pikir, kaum muda sekarang menjadikan kreativitas sebagai ladang penghasilan, terutama kaum muda di kota-kota besar seperti Jakarta dan Surabaya. Meningkatnya nilai kreativitas ini menjadi sebuah pergerakan tersendiri bagi kaum muda, yaitu sering disebut *local youth movement*. Peranan *local youth movement* untuk memajukan daerahnya cukup penting di era modern seperti ini, baik maju secara ekonomi, sosial, maupun budaya.

Wabah *local youth movement* sendiri mulai merambat ke kota-kota berkembang yang menjadi pendukung kota metropolitan. Para kaum muda dari kota-kota kecil di sekitar kota metropolitan juga mulai angkat bicara dan sadar akan pentingnya *local youth movement* bagi daerah mereka. Salah satunya kaum muda di Kabupaten Sidoarjo, yang selama ini perkembangan sosial, ekonomi, dan budayanya masih saling bergantung dengan Kota Surabaya.

Kabupaten Sidoarjo adalah sebuah kabupaten yang wilayah geografisnya cukup luas tapi dengan pemusatan aktivitas kota yang sangat kecil. Bersama dengan Kabupaten Gresik, Sidoarjo adalah kabupaten pendukung di bidang industri bagi Kota Surabaya. Sidoarjo mengedepankan industri pertambakan sebagai senjata utamanya. Wilayah geografis sebelah timur didominasi oleh ribuan hektar tambak yang menghasilkan sumber daya pangan bagi Kabupaten Sidoarjo sendiri maupun Indonesia. Dan beberapa perusahaan besar mendirikan pabriknya di Sidoarjo.

Untuk sumber daya manusianya sendiri, khususnya kaum muda, Kabupaten Sidoarjo memiliki animo yang cukup besar untuk membuat Sidoarjo tidak hanya menjadi sebuah kabupaten pendukung tetapi juga sebagai kota metropolitan dengan skala yang lebih kecil dibanding Kota

Surabaya. Akan tetapi, *local youth movement* di Sidoarjo masih terbatas dan hanya dalam skala yang kecil saja. Sehingga kaum muda Sidoarjo hanya terlihat “begitu – begitu saja”. Pusat aktivitas kaum muda di Sidoarjo juga masih berkembang lambat dan kurang maksimal, sehingga kaum muda Sidoarjo lebih memilih untuk pergi ke Surabaya untuk sekedar mengekspresikan diri mereka. Mulai dari gaya hidup seperti nongkrong saja mereka lebih memilih untuk mencari sebuah tempat yang benar – benar nyaman ke Surabaya. Begitu pula dengan gaya hidup nonton konser. Sidoarjo selalu tidak bisa mengumpulkan animo kaum muda mereka dengan sebuah pentas seni yang diselenggarakan.

Dan dari segi kreativitas kaum mudanya, Sidoarjo mau tak mau harus berkiblat kepada Surabaya. Bukan berarti Sidoarjo tidak memiliki keaslian dalam berkarya, tapi masalahnya lebih kepada ketidaktersediaannya sebuah wadah bagi kaum muda Sidoarjo untuk mengekspresikan karya mereka.

Hingga akhirnya muncul sebuah ide dari beberapa pemuda – pemudi Sidoarjo yang menyadari akan hal ini. Dicanangkanlah sebuah *local youth movement* langsung dengan skala yang cukup besar di Sidoarjo. *Event* ini adalah sebuah pembuktian oleh kaum muda Sidoarjo yang sadar akan ketergantungan mereka terhadap kota metropolitan kepada kaum muda yang belum juga sadar akan hal itu.

Maka dicanangkanlah sebuah *event* berskala besar bernama **nDarjo Wiken Projek** atau **nDeWePe**. *Event nDeWePe* ini merupakan sebuah acara dimana kaum – kaum kreatif di Sidoarjo berkumpul menjadi satu, bertukar pikiran, bertukar cerita dan juga bertukar pengalaman. Sebagai sebuah acara yang diperuntukkan untuk umum, **nDeWePe** menjadi sebuah acara yang bisa memberi pengaruh yang cukup signifikan kepada aktivitas perekonomian di Sidoarjo. Hal ini dikarenakan banyaknya sentra bisnis kecil menengah yang bakal diikutsertakan dalam acara ini. Acara ini juga diselenggarakan untuk dijadikan sebagai sebuah pergerakan baru dari kaum muda Sidoarjo dan

untuk kaum muda Sidoarjo, agar terciptanya sebuah gaya hidup kreatif dan bermanfaat bagi masyarakat di Kabupaten Sidoarjo pada umumnya.

B. Rumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang di atas dapat dirumuskan sebuah masalah yaitu: *Bagaimana merancang media promosi event **Ndarjo Wiken Proyek** yang mampu menggerakkan local youth movement di Sidoarjo?*

C. Batasan Masalah

Dalam perancangan ini akan dibatasi hanya pada perancangan desain grafis dari media-media yang akan digunakan untuk kepentingan promosi *event* **Ndarjo Wiken Proyek** ini.

D. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari perancangan ini adalah:

1. Menghasilkan media komunikasi visual *event* **Ndarjo Wiken Proyek**
2. Memperkenalkan kepada masyarakat khususnya para kaum muda di Sidoarjo bahwa akan ada sebuah *local youth movement* di Sidoarjo untuk menampung ide – ide kreatif kaum muda di Sidoarjo
3. Menciptakan desain yang memiliki identitas visual dari *event* **Ndarjo Wiken Proyek** dan juga Kabupaten Sidoarjo dengan memberi unsur kekinian
4. Menambah nilai kebanggaan masyarakat Sidoarjo terhadap Kabupaten Sidoarjo

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi Masyarakat
Sebagai sumber informasi tentang akan adanya sebuah *local youth movement* di Kabupaten Sidoarjo
2. Bagi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual

Mahasiswa dapat memanfaatkan perancangan media event ini menjadi sebuah media yang komunikatif dan efektif tentang pentingnya sebuah media promosi dalam penyelenggaraan sebuah *event*

3. Bagi Target Audience

Sebagai sumber informasi yang inspiratif, fungsional dan komunikatif tentang keberadaan nDdarjo Wiken Proyek sebagai *event* besar – besaran yang ada di Kabupaten Sidoarjo

F. Metode Perancangan

Agar mendapatkan data yang benar dalam perancangan media *event* ini sebagai *event* maka menggunakan metode-metode pengumpulan data.

1. Metode Pengumpulan Data

a. Data Primer

1) Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap nara sumber atau sumber data. Wawancara akan dilakukan kepada penggagas *event* ini serta kepada kaum muda yang memiliki pengaruh besar dari segi pergerakan mereka yang cukup berpengaruh kepada *local youth movement* di Kabupaten Sidoarjo.

b. Data Sekunder

1) Kepustakaan

Studi literatur melalui sumber – sumber terkait yang bisa menjadi pendukung perancangan media *event* ini, terlebih mengenai teknis – teknis dalam pembuatan media yang akan digunakan pada desain agar dapat diaplikasikan dengan baik dan sebagaimana mestinya

2) Dokumentasi

Metode pengumpulan data dengan mencari data berupa foto-foto dan gambar objek – objek yang berhubungan dengan penyelenggaraan *event* ini.

3) Internet

Internet merupakan jaringan terbesar yang menghubungkan semua jaringan di dunia. Dengan tersedianya alat pencarian yang canggih, server-server yang menyimpan data yang besar di seluruh dunia, maka semakin mudah untuk melakukan pengumpulan data secara online.

2. Objek Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan terhadap Kabupaten Sidoarjo yang merupakan tempat dimana *event* ini diselenggarakan. Serta kepada masyarakat khususnya kaum muda mudi Sidoarjo baik yang memiliki pengaruh langsung dalam *local youth movement* di Sidoarjo maupun yang tidak.

3. Metode Analisis Data

Metode analisis data dilakukan dengan menerapkan prinsip 5W+1H sebagai berikut :

a. *What*

Perancangan media *event* **nDarjo Wiken Projek**. Perancangan ini adalah untuk mendukung suksesnya *event* tersebut.

b. *Why*

nDarjo Wiken Projek merupakan *event* pertama dan terbesar di Kabupaten Sidoarjo yang mengedepankan *local youth movement* sebagai senjata utama dalam penyelenggaraannya, sehingga amat sangat perlu disukseskan karena diharapkan mampu membentuk sebuah pergerakan baru bagi kaum muda di Sidoarjo.

c. *Who*

Pemuda – pemuda kreatif Sidoarjo yang paham akan arti pentingnya pengaruh *local youth movement* terhadap kemajuan Kabupaten Sidoarjo itu sendiri.

d. *Where*

Pelaksanaan *event nDarjo Wiken Projek* ini secara geografis diselenggarakan di pusat kota Sidoarjo yaitu di kawasan Gelora Delta Sidoarjo.

e. *When*

Publikasi dimulai sejak 2 bulan sebelum hari pembukaan *nDarjo Wiken Projek* yang direncanakan akan terselenggara di awal tahun 2016.

f. *How*

- 1) Melakukan pengumpulan data visual dan data verbal untuk menemukan konsep yang tepat dalam perancangan media *event* ini.
- 2) Membuat rancangan konsep desain untuk menentukan gaya desain yang akan dipublikasikan dalam perancangan media *event* ini.
- 3) Membuat perancangan desain media *event* yang menarik, kreatif, unik, komunikatif dan estetik sesuai dengan klasifikasi *target audience* yang sudah ditentukan.
- 4) Menentukan efektivitas media – media yang akan digunakan dalam aplikasi desain visual.

4. Metode Pemecahan Masalah yang Dipilih

Perancangan media *event nDarjo Wiken Projek* ini memakai metode analisis SWOT (*strengths, weakness, opportunities, and threats*), yaitu :

a. *Strengths* (kekuatan)

Kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh suatu *event* yang akan dijadikan sebagai obyek permasalahan. Dalam hal ini yaitu

kelebihan - kelebihan yang dimiliki oleh **nDarjo Wiken Proyek** sebagai *event* besar pertama bagi kaum muda – mudi di Sidoarjo.

b. *Weakness* (kelemahan)

Hal – hal yang menyangkut segala kekurangan dan kelemahan yang dimiliki oleh *event* **nDarjo Wiken Proyek**.

c. *Opportunities* (peluang)

Beberapa nilai-nilai keluar yang dapat ditempuh dan dijadikan sebagai kesempatan untuk maju dan menjadi lebih baik bagi *event* **nDarjo Wiken Proyek** ini sendiri.

d. *Threats* (ancaman)

Segala hal yang dapat menjadi ancaman dan penghambat terlaksananya *event* **nDarjo Wiken Proyek**.

G. Skematika Perancangan

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Rumusan Masalah
- C. Batasan Masalah
- D. Tujuan Perancangan
- E. Manfaat Perancangan
- F. Metode Perancangan
- G. Skematika Perancangan

BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

A. Identifikasi Data

- 1. nDarjo Wiken Proyek
- 2. Perbandingan *Event* nDarjo Wiken Proyek dengan *Event* Sejenis Lainnya
- 3. Kabupaten Sidoarjo
- 4. *Event*

5. Promosi
 6. *Positioning*
 7. Komunitas
 8. Media
 9. *Brand*
 10. Identifikasi 5W+1H
- B. Analisis Data
1. Analisis SWOT
 2. Kesimpulan analisis data
- C. Target Audiens
1. Data Target Audiens
 2. *Consumer Journey*

BAB III KONSEP PERANCANGAN

- A. Konsep Acara
- B. Konsep Kreatif
1. Tujuan Kreatif
 2. Strategi Kreatif
 3. Program Kreatif
- C. Konsep Media
1. Tujuan Media
 2. Strategi Media
 3. Program Media

BAB IV VISUALISASI

- A. Poster dan Media Iklan Cetak
1. Komperhensif *Layout* Poster
 2. Komperhensif *Layout* Media Iklan Cetak
 3. Desain Poster
 4. Desain Iklan Majalah
 5. Desain Iklan Surat Kabar

6. Desain *Direct Mail*
7. Desain *Flyer*
8. Desain *X-Banner*
- B. Media Sosial (*Virtual Marketing*)
 1. Instagram
 2. Facebook
 3. Twitter
 4. Path
- C. Media Luar Ruang
 1. *Billboard*
 2. Umbul-umbul
 3. *Transit Ad*
 4. *Photobooth*
- D. *Merchandise*
 1. *T-Shirt*
 2. *Tote Bag*
 3. *Pin dan Sticker*

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

